



FINANCIAL: Jurnal Akuntansi
Published by Program Studi Akuntansi STIE Sultan Agung
Volume 5-Nomor 2, Desember 2019, (Hlm 1-10)



ISSN-P: 2502-4574, ISSN-E: 2686-2581

Available online at: <https://financial.ac.id/index.php/financial>

LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SERTA UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERAT PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN

Yerisma Welly^{1)*}, Elly Susanti²⁾, Khairul Azwar³⁾, Ernest Grace⁴⁾

¹Program Studi Akuntansi, STIE Sultan Agung, Pematangsiantar, Sumatera Utara, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, STIE Sultan Agung, Pematangsiantar, Sumatera Utara, Indonesia

³Program Studi Akuntansi, STIE Sultan Agung, Pematangsiantar, Sumatera Utara, Indonesia

⁴Program Studi Akuntansi, STIE Sultan Agung, Pematangsiantar, Sumatera Utara, Indonesia

*Email: ¹welly.yerisma@gmail.com, ²ellysusanti@stiesultanagung.ac.id,
³khairulazwar@stiesultanagung.ac.id, ⁴ernestgrace@stiesultanagung.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan baik secara simultan maupun parsial serta kemampuan ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 18 perusahaan dan kriteria pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 6 perusahaan. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan mengalami penurunan sedangkan *Size* mengalami peningkatan. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara simultan *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara parsial *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan untuk nilai profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan. Hasil uji hipotesis kedua disimpulkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi namun tidak signifikan hubungan *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.

Kata Kunci: *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

LEVERAGE AND PROFITABILITY OF CORPORATE VALUES WITH COMPANY SIZES AS MODERATI VARIABLES IN THE FOOD AND BEVERAGES COMPANIES

Abstract

The purpose of this research is to find out the description of leverage, profitability, company size and company value, the effect of leverage and profitability on company value both simultaneously and partially as well as the ability of company size to moderate the relationship of leverage and profitability with company value in the Food and Beverage Companies registered on the Indonesia Stock Exchange period 2013-2017. The population in this research were 18 companies and the sampling criteria used purposive sampling so that the samples used in this research were 6 companies. The research design used is library research. Data analysis techniques used in this research are: classic assumption test, qualitative and quantitative descriptive analysis. The results of this research indicate that leverage, profitability and firm value have decreased while Size has increased. The results of the first hypothesis test indicate that simultaneous leverage and profitability affect the firm's value, while partially leverage has a negative and not significant effect on firm value and for the value of profitability has a positive and significant effect. The second hypothesis test results concluded that the size of the company is able to moderate but not significantly the relationship of leverage and profitability with the value of the company in the Food and Beverage Companies listed on the Indonesia Stock Exchange period 2013-2017.

Keywords: *Leverage*, Profitability, Company Size and Company Value

Article History: Received: 20 Agt 2019 Revised: 23 Agt 2019 Accepted: 24 Sep 2019

PENDAHULUAN

Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan sebagai pendukung perkembangan perusahaan manufaktur dan perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian kontribusi terhadap PDB industri non migas di Indonesia. Data dari Kementerian Perindustrian tercatat kontribusi dari sektor ini mencapai angka 34,95% pada triwulan ketiga tahun 2017. Capaian tersebut mengalami kenaikan 4% dibanding tahun sebelumnya pada periode yang sama. Menyadari potensi pertumbuhan industri makanan dan minuman ini, maka pemerintah mendorong pelaku bisnis industri makanan dan minuman untuk dapat memanfaatkan potensi pasar dalam negeri. (Sumber : Kompas.com)

Dengan demikian banyak investor yang menjadikan industri makanan dan minuman sebagai target investasi. Sebelum melakukan investasi biasanya para investor terlebih dahulu melakukan uji tuntas terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan akan selalu berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaannya.

Nilai perusahaan diukur dengan menghubungkan harga saham perusahaan dengan laba dan nilai buku per saham. Indikator nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Alasan memilih PBV karena membandingkan antara harga saham dan nilai buku per saham yang ada di laporan posisi keuangan. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi nilai perusahaan antara lain *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Berikut ini disajikan keadaan rata-rata leverage (DER), profitabilitas (ROE), ukuran perusahaan (*Size*) dan nilai

perusahaan (PBV) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Gambaran Rata-Rata *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017

Tahun	<i>Leverage</i>	Profitabilitas	Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan
	DER (kali)	ROE (kali)	Size (kali)	PBV (kali)
2013	1,21	0,16	28,47	2,91
2014	1,11	0,16	28,67	3,56
2015	1,22	0,14	28,82	2,84
2016	1,09	0,11	28,94	2,75
2017	0,90	0,03	29,14	2,25
Rata-Rata (kali)	1,10	0,12	28,81	2,86

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017 (Data Diolah 2019)

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata per tahun DER mengalami fluktuasi dan cenderung menurun. Pada tahun 2014 DER mengalami penurunan tetapi PBV mengalami peningkatan. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Sudana (2011), yang menyatakan bahwa, semakin sukses suatu perusahaan, perusahaan akan menambah utang untuk meningkatkan laba. Semakin aman perusahaan dari segi pembiayaan, tambahan utang hanya meningkatkan sedikit risiko kebangkrutan. Investor akan memandang bahwa peningkatan nilai perusahaan berasal dari penggunaan utang yang tinggi.

Nilai rata-rata per tahun ROE mengalami penurunan. Pada tahun 2014 nilai ROE tetapi PBV mengalami peningkatan. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Sartono (2010), yang menyatakan bahwa semakin besar tingkat laba atau profitabilitas yang diperoleh perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi.

Nilai rata-rata per tahun *Size* mengalami peningkatan. Pada tahun 2015-2017 *Size* mengalami peningkatan tetapi PBV mengalami penurunan. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Hery (2017), yang menyatakan bahwa, ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik bersifat internal maupun eksternal. Investor akan lebih merespon secara positif terhadap perusahaan besar sehingga akan meningkatkan nilai bagi perusahaan yang berskala besar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman. Bagaimana pengaruh *leverage*, profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman. Serta apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *leverage*, profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2013–2017.

Selanjutnya tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan baik secara simultan maupun parsial serta kemampuan ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

LANDASAN TEORI

Akuntansi sebagai sistem informasi yang menghasilkan laporan kepada pihak-

pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan, pihak yang berkepentingan itu meliputi kreditor, pemasok, investor, karyawan, pemilik dan lain-lain (Warren, James dan Philip, 2005).

Leverage

Menurut Rudianto (2013), menyatakan bahwa rasio *leverage* adalah ukuran penilaian kinerja perusahaan yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang.

Dalam penelitian ini, rasio *Leverage* menggunakan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas yaitu dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Tujuan DER untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. (Kasmir: 2014) Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\text{Debt To Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}}$$

Profitabilitas

Pendapat Astuti (2004) menyatakan profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Dalam penelitian ini, rasio Profitabilitas menggunakan proksi *Return on Equity* (ROE). ROE adalah kemampuan perusahaan dalam mengalokasikan laba bagi para pemegang saham atas modal yang telah ditanamkan oleh pemegang saham tersebut. ROE sangat berguna bagi para investor dan pemilik perusahaan. Investor dapat memprediksi kemampuan perusahaan dalam pengambilan hasil investasi akan saham yang ditanamkan oleh investor menurut Arifin (2001) dalam Hasibuan (2016). Rumus ROE yaitu:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Menurut Hery (2017), ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aset ataupun total penjualan bersih. Dalam hal ini ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan perusahaan (Wiguna : 2016). Rumus ukuran perusahaan yaitu:

$$\text{Size} = \ln (\text{Total Aset})$$

Nilai Perusahaan

Rasio ini memberi indikasi bagi manajemen tentang bagaimana pandangan investor terhadap risiko dan prospek perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan proksi PBV untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut Herdiningsih dalam Permatasari, (2018) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki rasio PBV diatas 1 pada umumnya dapat dikatakan perusahaan tersebut berjalan dengan baik karena dapat menunjukkan nilai pasar saham perusahaan lebih besar dari nilai bukunya. Rumus untuk menghitung PBV adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{H arg a Pasar Per lembar Saham Biasa}}{\text{Nilai Buku Per Lembar saham Biasa}}$$

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yaitu rasio yang menghitung seberapa besar dana yang disediakan oleh kreditur, maka apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan aset yang tinggi namun resiko leveragenya

juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan aset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu (Sutama dan Erna : 2018)

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Laba yang tinggi mencerminkan kinerja yang baik sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga hal ini dapat membuat nilai perusahaan akan meningkat (Munthe : 2018)

Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Joel (2010), “nilai pasar adalah sekumpulan rasio yang menghubungkan harga saham perusahaan terhadap laba, arus kas, dan nilai buku per sahamnya. Rasio ini memberi indikasi bagi manajemen tentang bagaimana pandangan investor terhadap risiko dan prospek perusahaan di masa depan. Jika rasio likuiditas, manajemen aset, manajemen utang, dan profitabilitas semuanya terlihat baik, dan jika kondisi ini berjalan terus menerus secara stabil, maka rasio nilai pasar juga akan tinggi, harga saham kemungkinan tinggi sesuai dengan yang diperkirakan”.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dalam Memoderasi Hubungan *Leverage* dan Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017), “ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh

sumber pendanaan, baik bersifat internal maupun eksternal. Investor akan lebih merespon secara positif terhadap perusahaan besar sehingga akan meningkatkan nilai bagi perusahaan yang berskala besar”. Dikatakan juga bahwa besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil

METODE

Objek penelitian pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2013-2017. Penelitian ini menggunakan data skunder, untuk mendapatkan data informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka dilakukan dengan cara mengakses dari situs www.idx.co.id dan www.sahamok.com. Desain penelitian menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisa deskriptif kualitatif, dan analisa deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis, uji interaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Leverage

Gambaran Leverage (DER) pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 pada Tabel 2.

Tabel 2

Gambaran Leverage (DER) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017

Kode Emiten	2013	2014	2015	2016	2017	Rata-Rata (kali)
AISA	1,13	1,05	1,28	1,17	1,56	1,24
INDF	1,04	1,08	1,13	0,87	0,88	1,00
ROTI	1,32	1,23	1,28	1,02	0,62	1,09
SKBM	1,47	1,04	1,22	1,72	0,59	1,21
SKLT	1,16	1,16	1,48	0,92	1,07	1,16
STTP	1,12	1,08	0,90	0,85	0,69	0,93
Rata-Rata	1,21	1,11	1,22	1,09	0,90	
DER minimum (kali)						0,59
DER maksimum (kali)						1,72
Rata-Rata Keseluruhan DER (kali)						1,10

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman (Data Diolah 2019)

Berdasarkan Tabel 2 di atas diketahui bahwa rata-rata *leverage* (DER) mengalami fluktuasi dan cenderung menurun. Nilai minimum DER sebesar 0,59 terdapat pada SKBM pada tahun 2017. Nilai maksimum DER sebesar 1,72 terdapat pada SKBM pada tahun 2016 disebabkan peningkatan total utang perusahaan lebih besar daripada peningkatan total ekuitas tahun sebelumnya.

Gambaran Profitabilitas

Gambaran Profitabilitas (ROE) pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 pada Tabel 3.

Tabel 3

Gambaran Profitabilitas (ROE) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017

Kode Emiten	2013	2014	2015	2016	2017	Rata-Rata (kali)
AISA	0,15	0,11	0,09	0,17	-0,25	0,05
INDF	0,09	0,12	0,09	0,12	0,11	0,11
ROTI	0,20	0,20	0,23	0,19	0,05	0,17
SKBM	0,29	0,28	0,12	0,06	0,03	0,16
SKLT	0,08	0,11	0,13	0,07	0,07	0,09

STTP	0,16	0,15	0,18	0,05	0,16	0,14
RataRata	0,16	0,15	0,15	0,14	0,06	
ROE minimum (kali)						-0,25
ROE maksimum (kali)						0,29
Rata-Rata Keseluruhan ROE (kali)						0,12

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman (Data Diolah 2019)

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa rata-rata ROE mengalami penurunan. Nilai minimum ROE sebesar -0,25 terdapat pada AISA tahun 2017 disebabkan adanya penurunan total ekuitas dari tahun sebelumnya yang menyebabkan perusahaan mengalami kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa AISA pada tahun 2017 tidak mampu memaksimalkan sumber dayanya (ekuitas) untuk menghasilkan laba bersih. Nilai maksimum ROE sebesar 0,29 terdapat pada SKBM tahun 2013.

Gambaran Ukuran Perusahaan

Gambaran ukuran perusahaan (*Size*) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2013-2017 pada Tabel 4.

Tabel 4

Gambaran Ukuran Perusahaan (*Size*) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017

Kode Emiten	2013	2014	2015	2016	2017	Rata-Rata (kali)
AISA	29,24	29,63	29,83	29,86	29,80	29,67
INDF	31,99	32,08	32,15	32,04	32,11	32,07
ROTI	28,23	28,39	28,63	28,70	29,15	28,62
SKBM	26,93	27,20	27,36	27,63	28,12	27,45
SKLT	26,43	26,53	26,66	27,07	27,18	26,77
STTP	28,02	28,16	28,28	28,31	28,48	28,25
Rata-Rata	28,47	28,67	28,82	28,94	29,14	
Size minimum (kali)						26,43
Size maksimum (kali)						32,15
Rata-Rata Keseluruhan Size (kali)						28,81

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman (Data Diolah 2019)

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa rata-rata *size* mengalami peningkatan. Nilai rata-rata *size* periode 2013-2017 sebesar 28,81 kali. Nilai minimum *size* sebesar 26,43 terdapat pada SKLT pada tahun 2013 disebabkan karena

perusahaan SKLT memiliki total aset perusahaan yang paling rendah dibandingkan dengan perusahaan lain. Nilai maksimum *SIZE* sebesar 32,15 terdapat pada INDF pada tahun 2015.

Gambaran Nilai Perusahaan

Gambaran Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI periode 2013-2017 pada Tabel 5.

Tabel 5

Gambaran PBV pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017

Kode Emiten	2013	2014	2015	2016	2017	Rata-Rata (kali)
AISA	2,08	2,21	1,16	1,59	0,45	1,50
INDF	2,45	2,31	1,67	2,40	2,15	2,20
ROTI	6,56	7,30	5,39	5,79	2,84	5,58
SKBM	2,46	3,50	3,15	1,93	1,43	2,49
SKLT	0,89	1,35	1,68	0,72	2,47	1,42
STTP	2,99	4,70	4,01	4,04	4,16	3,98
Rata-Rata	2,91	3,56	2,84	2,75	2,25	
PBV minimum (kali)						0,45
PBV maksimum (kali)						7,30
Rata-Rata Keseluruhan PBV (kali)						2,86

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman (Data Diolah 2019)

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa rata-rata PBV berfluktuasi dan cenderung menurun. Nilai minimum PBV sebesar 0,45 terdapat pada AISA pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan harga saham perusahaan dinilai lebih rendah dari nilai buku per sahamnya yang sering disebut dengan *undervalued*, disebabkan karena adanya penurunan harga saham per lembar. Nilai maksimum PBV sebesar 7,30 terdapat pada ROTI pada tahun 2014.

Uji Hipotesis Pertama

Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi berganda penelitian ini menggunakan SPSS v.21 dengan hasil yang terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	2,071	1,279	
1 DER	-,348	1,073	-,052
ROE	9,752	2,919	,540

Sumber: Hasil Pengolahan Data (SPSS 21.0), 2019

Berdasarkan Tabel 6, model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$= 2,071 - 0,348X_1 + 9,752X_2$$

Berdasarkan model persamaan regresi berganda tersebut, dapat diartikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Berikut hasil pengolahan data yang menunjukkan koefisien korelasi dan determinasi *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (Sebelum Moderasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,544 ^a	,296	,244	1,49690

Sumber: Hasil Pengolahan Data (SPSS 21.0), 2019

Berdasarkan Tabel 7 nilai *r* adalah 0,544 yang berarti bahwa terdapat korelasi atau hubungan yang sedang antara nilai perusahaan dengan *leverage* dan profitabilitas. Sementara koefisien determinasi (*R square*) adalah 0,296 atau 29,6%. Hal ini berarti 29,6% dari nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *leverage* dan profitabilitas, sedangkan

sisanya 70,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F sebelum moderasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	25,491	2	,12,745	5,688	,009 ^b
Residual	60,499	27	2,241		
Total	85,990	29			

Sumber: Hasil Pengolahan Data (SPSS 21.0), 2019

Berdasarkan Tabel 10 di atas, hasil uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau 5,688 > 3,35 maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji *t* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	1,619	,117
1 DER	-,324	,749
ROE	3,341	,002

Sumber: Hasil Pengolahan Data (SPSS 21.0), 2019

Berdasarkan Tabel 9 maka dapat dijelaskan bahwa

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Variable *Leverage* (DER) memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,324 < 2,05183$) atau tingkat signifikansi $0,749 > 0,05$ maka H_0 diterima artinya, *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

Kondisi ini tidak sesuai dengan pendapat Sudana (2011:153), bahwa “peningkatan nilai perusahaan berasal dari penggunaan utang yang tinggi”. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munthe (2018), Utama dan Erna (2018), Khumairoh, Nawang dan Henny (2016)

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Variabel profitabilitas ROE memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,341 > 2,05183$) atau tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017. Kondisi ini sesuai dengan pendapat Sartono (2010), bahwa “semakin besar tingkat laba atau profitabilitas yang diperoleh perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munthe (2018), Utama dan Erna (2018).

Uji Hipotesis Kedua

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Berikut hasil pengolahan data yang menunjukkan koefisien korelasi dan determinasi hubungan ukuran perusahaan dalam memoderasi *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan pada Tabel 9.

Tabel 9

Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,575 ^a	,330	,191	1,54914

Sumber: Hasil Pengolahan Data (SPSS 21.0), 2019

Berdasarkan Tabel 9 terlihat bahwa nilai r sesudah variabel moderating sebesar

0,575 yang berarti bahwa terdapat korelasi atau hubungan yang sedang antara *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Sementara koefisien determinasi (R) sebesar 0,330 atau 33%. Hal ini berarti 33% dari nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel moderasi ukuran perusahaan, sedangkan sisanya 67% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi moderasi.

Selanjutnya dilakukan uji interaksi yang biasa disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	1,004	,325
DER	-1,078	,292
ROE	,230	,820
SIZE	-,940	,357
INTERAKSI1	1,062	,299
INTERAKSI2	-,099	,922

Sumber: Hasil Pengolahan Data (SPSS 21.0), 2019

Berdasarkan Tabel 10, diketahui bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi namun tidak signifikan hubungan antara *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji interaksi antara *size* dan *leverage* (X_1X_3) yang menunjukkan nilai sig. $> (0,299 > 0,05$ dan interaksi antara *size* dan profitabilitas (X_2X_3) yang menunjukkan nilai sig. $> (0,922 > 0,05)$ maka H_0 diterima, artinya ukuran perusahaan mampu memoderasi namun tidak signifikan hubungan antara *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan

minuman yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Simpulan dari penelitian ini adalah Nilai rata-rata *Leverage* (DER), Profitabilitas (ROE) dan Nilai Perusahaan (PBV) selama periode 2013–2017 mengalami fluktuasi dan cenderung menurun. Sedangkan ukuran perusahaan (*Size*) berfluktuasi dan cenderung meningkat. Untuk hipotesis pertama secara simultan *leverage* dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan sedangkan secara parsial *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan dan untuk profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan. Selanjutnya untuk hipotesis kedua dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi namun tidak signifikan terhadap hubungan antara *leverage* dan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Saran

Saran untuk penelitian ini adalah Untuk meningkatkan *leverage* sebaiknya perusahaan dapat menggunakan dana hasil pinjaman secara efisien dan efektif dengan membeli aset produktif (seperti mesin dan peralatan). Untuk meningkatkan profitabilitas sebaiknya perusahaan dapat mengelola utang yang dipergunakan untuk meningkatkan produktivitas sehingga penjualan meningkat. Untuk meningkatkan ukuran perusahaan sebaiknya perusahaan meningkatkan nilai aset, meningkatkan penjualan dan meningkatkan nilai kapitalisasi pasar. Untuk meningkatkan nilai perusahaan sebaiknya perusahaan meningkatkan tata kelola perusahaan, lebih meningkatkan profitabilitas, pembagian dividen secara teratur dan meminimalkan

risiko finansial. Sehingga akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor yang akan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Dewi. 2004. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Brigham Eugene F. dan Joel F Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 2. Edisi XI. Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia <http://www.idx.co.id>. Tahun akses 2019.
- Hasibuan, Veronica. Moch Dzulkirom AR, N G Wi Endang NP. Pengaruh *Leverage* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012 – 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vo. 39. No. 1 Oktober 2016.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi: Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Khumairoh, Nawang Kalbuana, Henny Mulyati. 2016. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*. ISSN 2460-0784.
- Munthe, Inge Lengga Sari. 2018. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2014-2017. *Jurnal Ilmiah*

- Akuntansi dan Finansial Indonesia. Volume 1, No. 2. April 2018.*
- Permatasari, Diana. Devi Farah Azizah. 2018 Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2016). *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB) Vo. 61. No. 4 Agustus 2018*
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Cetakan ke 4. Yogyakarta: BPFE.
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sutama, Dedi Rossidi. Erna Lisa. 2018. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi. Volume X No. 1/Februari/2018*.
- <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/27/150000226/cerah-masa-depan-industri-makanan-dan-minuman-di-indonesia?page=all>. Tanggal Akses 18 Oktober 2019
- Warren, Carl S, James M. Reeve dan Philip E. Fess. 2005. *Pengantar Akuntansi*. Buku 1. Edisi 21. Jakarta: Salemba Empat.
- Wiguna, Pratama Aji. 2016. Pengaruh Rasio Keuangan, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta*.

PROFIL SINGKAT

Yerisma Welly, lahir di Pematangsiantar 17 September 1993, Pendidikan terakhir Sarjana Akuntansi dari STIE Sultan Agung Tahun 2019. Elly Susanti, lahir di Binjai, 01 Oktober 1982 Pendidikan terakhir Pascasarjana Program Studi Akuntansi dari Universitas Sumatera Utara Tahun 2013 dan sekarang bekerja sebagai Dosen Tetap bidang Akuntansi STIE Sultan Agung. Khairul Azwar lahir di Karang Bangun pada tanggal 12 Oktober 1986. Menyelesaikan pendidikan Magister pada Program Studi Akuntansi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada tahun 2017 saat ini bekerja sebagai Dosen Tetap bidang Akuntansi STIE Sultan Agung. Ernest Grace, Lahir di Pematangsiantar tanggal 01 April 1987. Pendidikan terakhir Pascasarjana Program Studi Manajemen dari Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2013 dan sekarang bekerja sebagai Dosen Tetap bidang Akuntansi di STIE Sultan Agung.